



médiaperformances
SHOPPER FIRST

Rapport

RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

2023



Encourager, notamment à travers nos médias,
une consommation plus responsable et accessible à tous.



médiaperformances

SHOPPER FIRST

Créé en 1985, Médiaperformances est le leader français des médias d'activation shopper omnicanale. Nous nous adressons aux marques comme aux Agences Média, avec une gamme de solutions publicitaires omnicanales on et off, qui influencent le comportement d'achat du consommateur. Partenaire notamment de Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Cora,

Intermarché, Système U. Nous comptons parmi nos clients, plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Nintendo.

Indépendante, l'entreprise est toujours majoritairement détenue par son fondateur.

Nous couvrons l'ensemble du parcours client ON et OFF.





Le mot du Président Rémy Gerin

Président Médiaperformances

« Depuis la création de Médiaperformances il y a presque quarante ans, la RSE n'a pas été simplement une obligation, mais un pilier fondateur de notre entreprise. Elle a guidé chacune de nos décisions, de nos actions et de nos initiatives, reflétant notre engagement à créer un impact positif dans tous les aspects de notre activité. C'est ce qui fait qu'aujourd'hui nous sommes la régie publicitaire la plus engagée.

Notre engagement RSE est aujourd'hui ancré dans notre ADN et notre labellisation B.Corp n'en est que l'illustration, une preuve de plus de notre volonté de créer un impact positif dans notre écosystème et même au-

delà. A travers cela, nous ne cherchons pas à être la meilleure entreprise du monde, mais à être la meilleure pour le Monde.

De plus, notre classement comme Great Place to Work depuis 5 ans témoigne de notre engagement envers le bien-être et l'équilibre de nos collaborateurs, qui sont le moteur de notre entreprise.

Dans ce rapport, vous découvrirez en détail les nombreux projets, initiatives et réalisations qui ont marqué l'année 2023 en matière de RSE. Vous constaterez également que notre engagement RSE reste au cœur de notre stratégie et de notre vision pour les années à venir. »

Édito de Claire Koralewski

Directrice Générale Médiaperformances

C'est avec une immense fierté que je vous présente notre rapport RSE pour l'année 2023. Médiaperformances ne se contente pas d'être seulement une régie média, nous sommes une entreprise profondément engagée, animée par la mission d'encourager une consommation plus responsable, accessible à tous.

En tant que pionniers, Médiaperformances a obtenu la certification B Corp dès Juillet 2021, devenant ainsi la première et unique régie publicitaire en France à atteindre ce statut, et nous avons reçu la certification Great Place to Work pour la 5ème année consécutive en 2023. Cependant, ces labels ne sont que le reflet de notre détermination. Notre véritable boussole est notre raison d'être, qui guide chacune de nos initiatives : « Encourager, notamment à travers nos médias, une consommation plus responsable et accessible à tous »

À travers nos programmes phares, nous avons intensifié notre implication. De la promotion des labels responsables via le DOOH à la mise en avant des marques engagées, en passant par nos actions d'engagement sociétal, nos espaces publicitaires sont mis au service de la



valorisation d'une consommation plus éthique et responsable.

Mais notre engagement va au-delà des mots. Nous avons pris des mesures concrètes pour réduire notre empreinte carbone. La mesure systématique de l'impact carbone de chacune de nos campagnes, l'atteinte anticipée de notre objectif de réduction de -50% (en 2025 vs 2015) de notre empreinte carbone en 2023, et la compensation intégrale des émissions carbone de nos campagnes sont autant de preuves de notre engagement en vers la lutte contre le changement climatique.

Ces réalisations sont le fruit du travail acharné et de la détermination sans faille de chacun de nos collaborateurs, ainsi que de nos partenaires et clients. Ensemble, nous avons démontré qu'il est possible de conjuguer business et impact positif sur la société et l'environnement.

Bonne lecture !

Interview avec Marion Caillard-Duc,

Directrice RSE

De quand date l'engagement RSE de Médiaperformances ?

Médiaperformances est engagée depuis de nombreuses années dans une démarche RSE, mais pour être précise depuis 2012. Tout s'est fortement accéléré en 2019 avec mon arrivée et l'ambition de devenir une entreprise B Corp avant 2022. Cela a renforcé de nombreux projets déjà lancés et a permis d'en débiter des nouveaux et a totalement structurer nos engagements.

L'équipe s'est constituée par la suite avec l'arrivée en 2022 d'une responsable de l'engagement sociétal puis avec une alternante en 2023.

La singularité de notre démarche réside également dans les ressources conséquentes mobilisées : nous sommes donc une équipe de 3 personnes pour un effectif total de 140 personnes; le ratio est parfois beaucoup plus défavorable dans de grands groupes cotés !

Comment se structure cette démarche ?

Notre démarche se structure autour de 4 engagements généralistes pour lesquels des objectifs quantitatifs et qualitatifs ont été définis. Pour coller au plus près de la stratégie d'entreprise et de sa vision 2025, tous les objectifs RSE partagent cette échéance.

Notre démarche est très régulièrement partagée à l'ensemble de l'entreprise lors de RGE, les grandes réunions mensuelles réunissant l'ensemble des collaborateurs.



Quels sont ces engagements ?

- Déployer une démarche RSE pertinente
- Réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et de ses solutions
- Développer une politique sociale ambitieuse en accord avec nos valeurs
- Renforcer notre engagement solidaire et sociétal

Tous ces engagements sont animés par notre raison d'être, fil rouge de nos actions et projets :

« Encourager, notamment à travers nos médias, une consommation plus responsable et accessible à tous. »

Le mot de la fin

Je suis très fière à titre personnel de voir le chemin parcouru par la RSE et nos nombreuses réalisations. Dans un écosystème très challengeant et mouvant et avec de nombreux paradoxes qui incombent parfois à une régie engagée, nous avons su développer et maintenir une singularité forte sur le marché.

Médiaperformances s'engage à soutenir ces 8 ODD

Le Global Compact

En étant signataire du Global Compact depuis 2018, Médiaperformances s'engage à respecter et mettre en œuvre ses 10 principes.

L'entreprise va également plus loin en déterminant les Objectifs de Développement Durable qui découlent de ces 10 principes, et auxquels elle contribue à travers sa stratégie RSE et ses activités.

Médiaperformances contribue à **8 des 17 objectifs de développement durable** des Nations Unies :

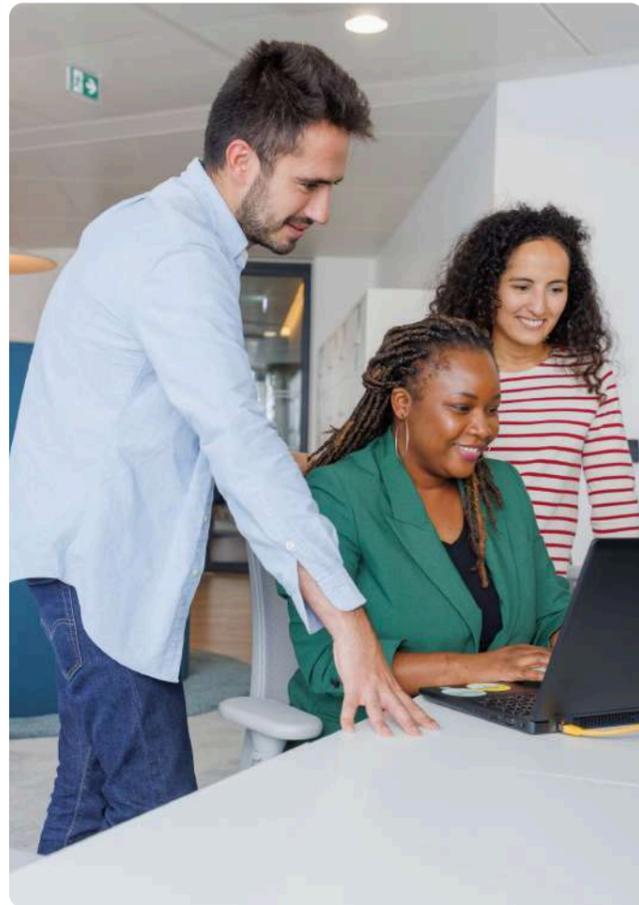
OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE





Être les meilleurs pour le Monde et non pas les meilleurs au monde !

L'obtention de la certification B Corp atteste de l'engagement constant de Médiaperformances pour les causes sociales, sociétales et environnementales.



B Corp est un label à la renommée internationale. Progressiste et exigeant, il reconnaît les bonnes pratiques des entreprises en termes d'impact social, sociétal et environnemental, et dessine un chemin de progrès et de transformation au cœur de leur modèle d'affaires.



91/100 index d'égalité professionnelle homme femme



64% de nos achats (en €) sont réalisés auprès de fournisseurs locaux, implantés à moins de 80km



136 collaborateurs

100% des collaborateurs formés à la fresque du climat

Entreprise
B
Certifiée

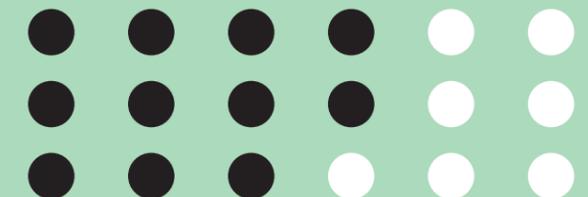


5 ans d'ancienneté moyenne

Certifié
Great Place To Work



63,6% de femmes au comex



39 ans d'existence



Nos réalisations

en quelques dates clés



2007

Début du partenariat avec les Banques Alimentaires

2012

1^{er} Baromètre Great Place To Work : 26^{ème} des entreprises < 500 salariés



2016

Création d'un poste de Responsable RSE

2018

Juin : adhésion au Global Compact

Septembre : Ecovadis Or



2017

Réalisation du 1^{er} Bilan Carbone (scopes 1, 2, 3)

1^{er} rapport RSE

2019

Définition de notre raison d'être

Mise à jour du Bilan Carbone

2021

Bilan carbone de l'ensemble de nos solutions

Engagement auprès d'ANDES

Médiaperformances certifiée B Corp !



2020

1^{er} Media engagé vers une neutralité carbone

Lancement du programme For Good

Trophée LSA innovation pour le programme For Good



2022

Arrivée d'une Responsable de l'Engagement Sociétal

Lancement du programme 1% for Labels

Certification Great Place to Work pour la 3^{ème} année et 2^{ème} année dans le top 3



2023

Arrivée d'une alternante

Pérennisation de nos partenariats : ANDES / Programme Malin / BA



RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE L'ENTREPRISE ET DE SES SOLUTIONS



Calculer et compenser notre empreinte carbone

Médiaperformances calcule son empreinte carbone depuis 2015. Après révision de son Bilan Carbone en 2019, l'entreprise a souhaité entamer un projet de

compensation de ses émissions. Ainsi, depuis janvier 2020, Médiaperformances compense l'intégralité de ses émissions grâce à des projets portés par deux start-ups : Inuk et ClimateSeed.



Projet de 19 éoliennes qui ont une capacité totale de 66 MW – pouvant alimenter 200 000 foyers



Une centrale solaire sur le terrain d'une ancienne houillère (extraction de charbon)

Une campagne media chez Médiaperformances est donc entièrement compensée en carbone et sans aucun surcoût pour nos clients.

Une quarantaine de sites au Royaume-Uni : maisons de retraite, de collège, d'hôtels chauffés par de la biomasse en remplacement de chaudière à bois



Projet d'agroforesterie au Pérou au sein d'un parc national protégé pour réimplanter des arbres et ainsi faciliter l'exploitation de caféiers



Notre empreinte carbone en chiffres



Comment réduire notre empreinte carbone ?



Médiaperformances travaille sur plusieurs projets qui vont permettre de réduire son empreinte carbone dans les années à venir.

TRAVAIL SUR LES MATIÈRES

- Depuis Janvier 2022, la quasi-totalité de nos solutions instore en matière plastique, a été remplacée par du carton, rendant ainsi nos PLV 100% recyclables !
- La solution outdoor Actmedia est désormais composée à 40% de charge minérale, de la craie issue de rebuts de carrière.
- Les réglottes de pose de la solution Actmedia sont fabriquées à partir de PVC recyclé issu de fenêtres.

L'utilisation du carton et du plastique recyclé a permis de réduire respectivement de 1,4% et de 9% le Bilan Carbone total de Médiaperformances.

TRAVAIL SUR LES ACCROCHES

Médiaperformances travaille sur une solution plus écoresponsable pour l'ensemble de ses accroches. Cela passe notamment par la réduction du nombre de composants (3 sur les nouveaux essais contre 5 actuellement) et l'utilisation de matières recyclées et recyclables sourcées principalement en Europe.

Cette solution permettrait de réduire de 20% le Bilan Carbone total de Médiaperformances.



A TITRE DE COMPARAISON



1 aller-retour
Paris - New-York pour 1 personne
= 1 tonne eqCO₂*



Un français émet en moyenne
8,2 tonnes eqCO₂ par an*

* Sources : EcoCalculator DGAC, ADEME

Engager pour réduire l'impact de nos solutions

Chez Médiaperformances, nous mettons la R&D au service de la réduction de notre empreinte environnementale.

TRAVAIL AVEC NOS PARTENAIRES

Nous travaillons avec des imprimeurs labélisés et engagés qui assurent notamment la reprise et la valorisation de nos PLV.

Nous travaillons également en étroite collaboration avec notre prestataire de pose en magasin afin d'optimiser les déplacements des poseurs.



DIRECTEUR DES OPÉRATIONS

« L'amélioration du Bilan Carbone fait partie de nos objectifs. Elle est donc un élément clé de nos actions d'amélioration continue et de nos prises de décision travaillées avec nos prestataires ».

	Solutions	Ancienne matière	Nouvelle matière	Environnement	Recyclabilité
SOLUTIONS INDOOR	ACTISHELF 	Polypropylène	Carton vierge	Impression sans vernis	100 % recyclable
	EMERGENCE EN RAYON 	PVC	Carton vierge	Impression sans vernis	100 % recyclable
	AFFICHAGE D'ENTRÉE 	Carton	Carton	Réalisé avec 17% de fibres recyclées	100 % recyclable
SOLUTION OUTDOOR	ACTMEDIA 	Polypropylène	40% Craie - 60% PEHD	Valorisation de résidus de carrière	100 % recyclable chez le fournisseur <small>*Filière externe non existante</small>



DÉVELOPPER UNE POLITIQUE SOCIALE AMBITIEUSE EN ACCORD AVEC NOS VALEURS



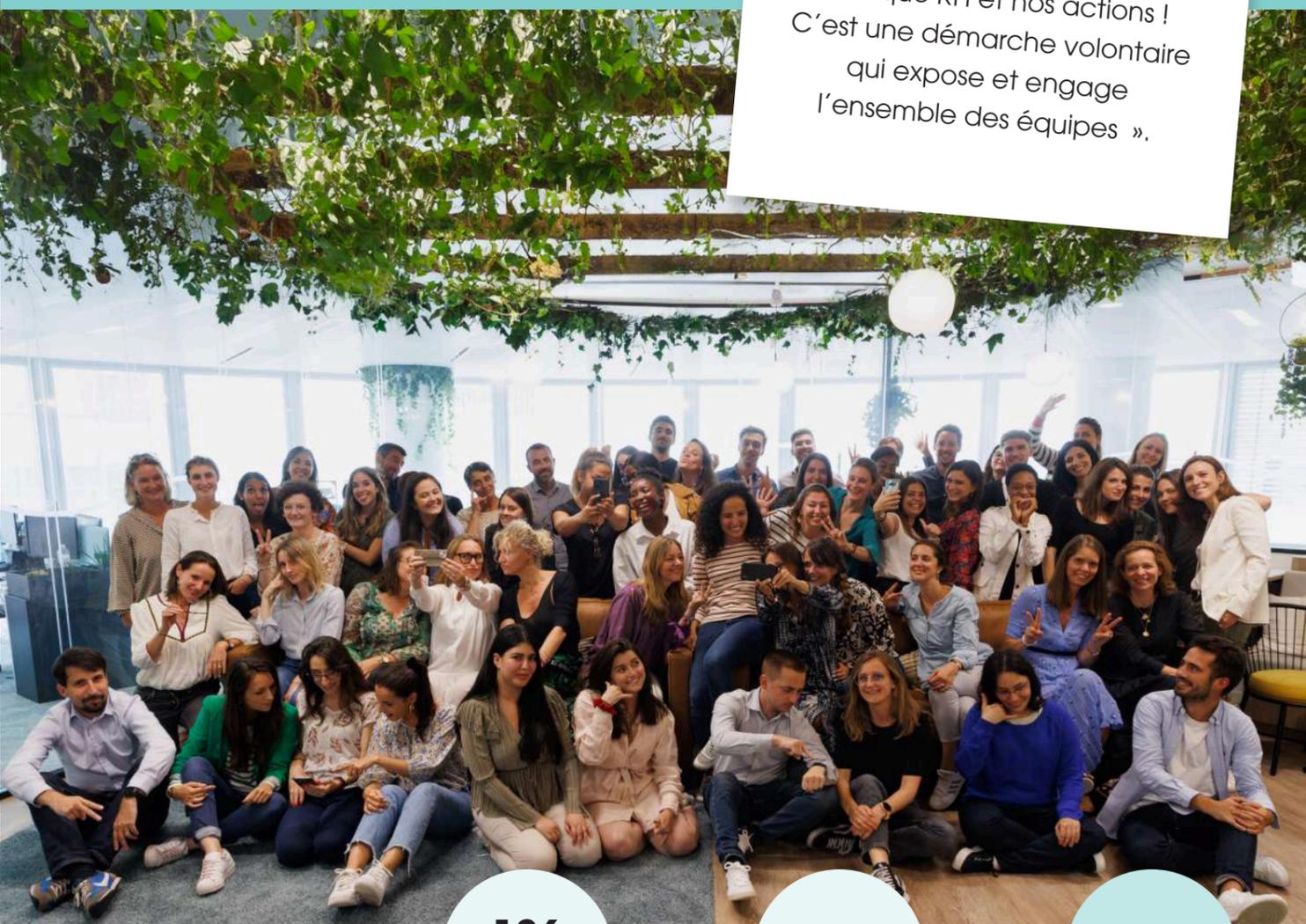
Médiaperformances certifiée Great Place To Work

Great Place To Work est l'acteur de référence sur la qualité de vie au travail. La certification qu'il délivre récompense les entreprises où il fait bon travailler. Pour être certifiée, une organisation doit obtenir un score minimum de 65% de réponses positives à l'enquête Trust Index.



DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES

« GPTW permet de certifier notre politique RH et nos actions ! C'est une démarche volontaire qui expose et engage l'ensemble des équipes ».



Egalité H/F
91/100

136
collaborateurs
(décembre 2023)

5 ans
Ancienneté moyenne

63,6%
Femmes au comex

100%
des collaborateurs formés (avec la Fresque du Climat)

37 ans
moyenne d'âge

Parcours grossesse

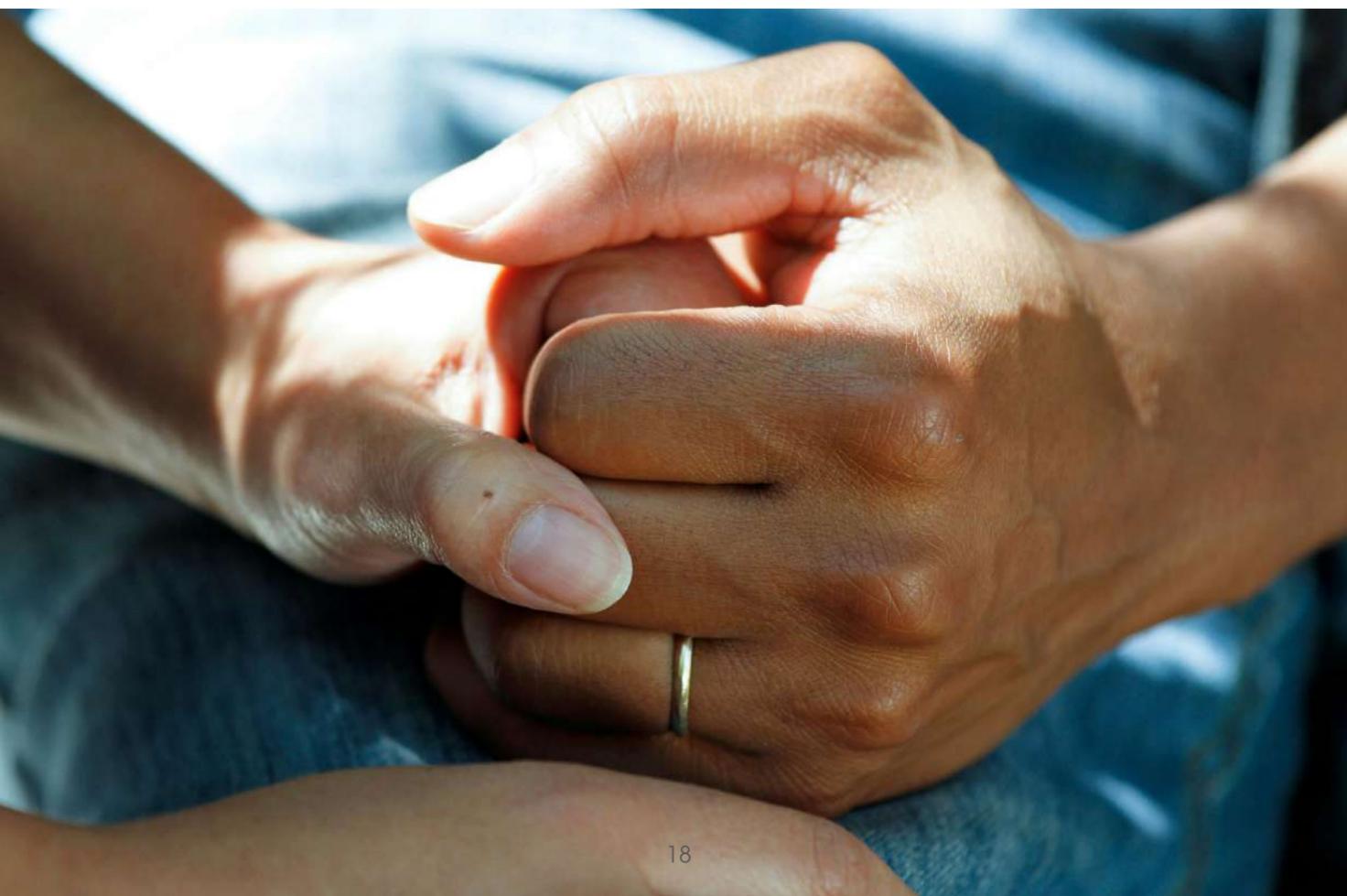
Médiaperformances a mis en place « Parcours grossesse », un congé exceptionnel pour accompagner ses salarié(e)s en cas de fausse couche ou de traitement de la fertilité.

L'entreprise offre désormais 3 jours de congés supplémentaires, entièrement rémunérés, aux femmes qui subissent une fausse couche ou qui sont engagées dans une démarche de PMA ainsi qu'1 jour au second parent.

Un congé basé sur la confiance puisque Médiaperformances ne demande pas de certificat médical aux salarié(e)s qui souhaitent en bénéficier afin de faciliter leur démarche.



Avec la mise en place du congé « Parcours grossesse », Médiaperformances souhaite contribuer à ouvrir le dialogue autour de ces événements difficiles et briser les tabous qui entourent la fausse couche et/ou les démarches médicales mises en place pour concevoir un enfant.



ENGAGEMENTS SOCIAUX ET SOCIÉTAUX



Le Comité de suivi de Raison d'être

Comme indiqué dans la loi Pacte, Médiaperformances a créé un comité de suivi qui a pour mission d'évaluer la pertinence et l'efficacité de toutes les actions qu'elle entreprend dans le cadre de sa raison d'être.

Le fonctionnement

Le comité de suivi se réunit 2 à 3 fois par an. La composition de ce comité tente de représenter de la façon la plus exhaustive possible nos différentes parties prenantes (clients, consommateurs, enseignes, collaborateurs, générations futures).

■ **Encourager, notamment à travers nos médias, une consommation plus responsable et accessible à tous.**

Animé par Rémy Gerin et Marion Caillard-Duc

Parties prenantes externes

Thomas Laurenceau

Ancien rédacteur en chef de 60 millions de consommateurs

Victor Gerin

Représentant des générations futures

Pierre-Alexandre Teulié

Directeur général e-business, communication, RSE Nestlé France

Pour Médiaperformances

Laetitia Milochau Nadal

Chef de groupe marketing MPF

Lauren Guillotel

Directrice de clientèle digitale MPF



Le Programme For Good

Notre engagement : Soutenir et récompenser les marques engagées grâce à une surexposition media

La mécanique

Jusqu'en 2024, les clients remplissant a minima 3 des 10 critères énoncés ci-dessous bénéficient, à chaque campagne éligible, de 2 millions d'impressions via notre solution digitale.

Désormais le programme évolue et cette surexposition se traduit par une vidéo sur nos écrans DOOH mettant en avant les critères effectivement remplis par le client et renvoyant vers les engagements RSE de la marque avec une garantie de 1,5 millions de diffusions offertes.



Marie Malphettes
DIRECTRICE MARKETING,
INNOVATION ET
COMMUNICATION

« Le marketing réfléchit à des solutions pour valoriser les marques engagées mais travaille aussi sur les solutions magasins pour les rendre toujours plus vertueuses »



Le programme en images

La diffusion

+ de 60
campagnes réalisées



Le comité travaille sur l'intégration de nouveaux critères d'éligibilité au programme For Good, afin de reconnaître le plus justement possible les bonnes pratiques en termes de consommation responsable.



Le programme 1% for labels

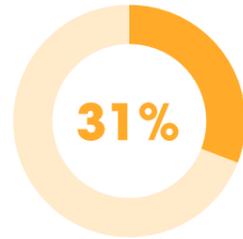
Notre engagement : Accompagner les consommateurs par une mise en avant pédagogique des labels grâce à une démarche d'exposition sur notre solution DOOH. Le but est de travailler la notoriété et la compréhension des labels.

Notre constat



DES FRANÇAIS
CONNAISSENT
LE LABEL AB

mais



SONT INCAPABLES
DE CITER UN LABEL
SPONTANÉMENT

→ **Notre proposition** : dédier 1% de notre média DOOH à ce programme.

La mécanique



3 semaines
de visibilité par label



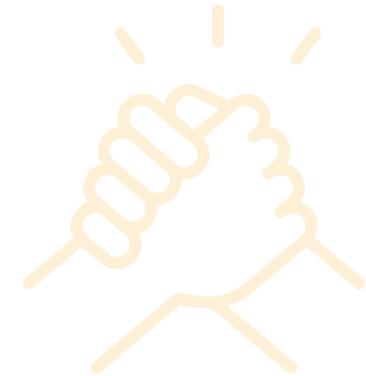
25 millions
de diffusions des spots



1049 écrans



Notre engagement sociétal



La mécanique

C'est l'opportunité pour les **collaborateurs de pitcher** devant toute l'entreprise, afin de présenter **une association ou un projet associatif qui leur tient à cœur**, œuvrant dans le domaine de la consommation responsable et contre la précarité alimentaire.

DEPUIS LE LANCEMENT 5 ASSOCIATIONS ONT ÉTÉ SOUTENUES ET ONT PU BÉNÉFICIER D'UN FINANCEMENT GRÂCE À L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS.

Mécénat Journées solidaires

Médiaperformances offre à tous ses collaborateurs **une journée solidaire par an**. Chacun est libre de l'utiliser afin de réaliser une action solidaire dans une association répondant à notre engagement sociétal.

« Nous souhaitons remercier toute l'équipe de bénévoles qui est venue nous aider au stand linge de maison et au rangement.

Il existe quelque chose de particulier dans votre entreprise : une dimension sociale très vive qui est très impressionnante et qui force notre admiration. Elle n'est pas ponctuelle mais elle s'inscrit dans la durée. C'est exceptionnel. Bravo Bravo Bravo à tous vos collaborateurs !

Merci de permettre ce partenariat entre Médiaperformance et Accueil Solidarité Saint Augustin. »



Accueil Solidarité Saint Augustin

Mécénat Mois solidaires

Dans la même démarche, tous les collaborateurs de plus de 5 ans d'ancienneté bénéficient d'un mois de congés solidaires, pendant lequel ils peuvent mettre leur temps au profit d'une association.

« J'ai choisi l'association Les Restos du Cœur, car depuis 13 ans je participe à la collecte de la Banque Alimentaire.

J'ai effectué une journée solidaire dans cette même association et j'avais envie de connaître autre chose que la collecte et le tri des choses collectées.

J'avais envie d'être sur le terrain au contact des bénéficiaires. »

Charlotte



Médiaperformances soutient les Banques Alimentaires, en leur offrant un plan média lors de leur collecte nationale sur nos écrans Dooh en magasins et avec une campagne digitale.



Depuis 2021, Médiaperformances soutient le programme Malin au travers de dons financiers et de participation au Comité de contributeurs pour échanger sur les problématiques de l'association.



Médiaperformances soutient ANDES grâce à plusieurs leviers :

- Don financier
- Mécénat de compétence
- Bénévolat



NOS RÉSULTATS

médiaperformances
SHOPPER FIRST

ACTIONS OBJECTIFS & INDICATEURS DONNEES 2023 PROGRESSION

DÉPLOYER UNE DÉMARCHE RSE PERTINENTE

Formaliser une démarche répondant à tous nos enjeux afin de privilégier la collaboration et la sensibilisation de toutes nos parties prenantes à l'action RSE de Médiaperformances	Améliorer notre note Ecovadis Indicateur : Note Ecovadis	68/100	→
	Etre GC Active puis GC Advanced Indicateur: statut GC	GC active	→
	Augmenter notre note B corp Indicateur : note B-Corp	Re Certification en cours	🎯

RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE L'ENTREPRISE ET DE SES SOLUTIONS

Réduire notre empreinte carbone et compenser nos émissions directes et indirectes	Réduire nos émissions de 50% d'ici 2025 (sur la base de 2015) Indicateur : % réduction des émissions/an et au total	Atteint en 2023	🎯
	Nouvel objectif : -48% d'ici 2030 (base 2022)	En cours	↗
	Suivre nos émissions Indicateur : % de réduction global des émissions / an et par rapport à 2015	2596 T.éqCO2 en 2023, soit - 8,8% pour le ratio CO ₂ /CA vs 2022	↗
Continuer nos efforts pour limiter les impacts de nos matériaux	Généraliser le recours à des matériaux écoresponsables et optimiser nos solutions Indicateur : % de solutions optimisées y compris accroches (par volume)	100%	🎯
Assurer la fin de vie de nos solutions	D'ici 3 ans avoir un flux assuré de récupération de nos solutions Indicateur : % solutions recyclées	Non défini	↘

SUITE DES RÉSULTATS →

ACTIONS OBJECTIFS & INDICATEURS DONNEES 2023 PROGRESSION

DÉVELOPPER UNE POLITIQUE SOCIALE AMBITIEUSE

Améliorer nos pratiques et nos performances en matière de recrutement, d'intégration et de mobilité	Réduire taux de départ / maintenir notre turnover Indicateurs : turnover & taux de départ	22% Turnover 18,3% Taux de départ	↘
Accompagner nos managers sur la mise en œuvre des pratiques managériales et collaborateurs Médiaperformances	Faire évoluer 10 % de collaborateurs chaque année (promotion, changement de titre et ou de statut) Indicateur : % collaborateurs ayant évolué et/ou ayant été promus	16,19%	↘
Développer nos collaborateurs à travers un plan de formation ambitieux	Former 100% des collaborateurs chaque année Indicateur : % collaborateurs formés / an	100%	🎯
Définir et diffuser les rôles et les fonctions de chacun pour une organisation efficace	Augmenter le % de collaborateurs satisfaits au sein de MPF Indicateur : % de collaborateurs satisfaits	89%	→
Mise en œuvre de mesures permettant de faire vivre nos valeurs d'entreprise	Intégrer le top 30 « GPTW » des entreprises entre 50 et 250 collaborateurs d'ici 2024 Indicateur : classement GPTW	Certifiée GPTW depuis Février 2023	↘

RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT SOLIDAIRE ET SOCIÉTAL

Renforcer et développer notre partenariat avec les Banques Alimentaires	Augmenter le % de donations dans notre CA Indicateur : % actions mécénat dans CA annuel	0,30%	↗
Permettre aux collaborateurs de proposer et soutenir des projets solidaires	Indicateurs : Nombre d'heures de mécénat de compétences Nombre de collaborateurs ayant utilisé leur journée solidaire Nombre d'heures dédiées aux missions de journée solidaire	85 collaborateurs engagés	↗
		375 heures	↗
Utiliser le pouvoir incitatif de nos solutions pour promouvoir une consommation plus responsable	Suivi du Programme For Good Indicateurs : % de notre CA lié à la mise en avant de produits « responsables » & nombre de campagnes réalisées	<1% de notre CA & 8 campagnes réalisées en 2023	↘
	Programme 1% For Labels Indicateurs : équivalent de 1% de notre CA en solutions dédiées au programme	1% de notre CA	🎯
Mettre des moyens humains pour renforcer cet axe	Embauche d'une Alternante	Arrivée au 1er sept 2023	🎯

